

---

# **Investigación e Innovación Educativa en Docencia Universitaria.**

## **Retos, Propuestas y Acciones**

**Edición de.**

Rosabel Roig-Vila  
Josefa Eugenia Blasco Mira  
Asunción Lledó Carreres  
Neus Pellín Buades

**Prólogo de.**

José Francisco Torres Alfosea  
Vicerrector de Calidad e Innovación Educativa  
Universidad de Alicante

Edición de:

Rosabel Roig-Vila  
Josefa Eugenia Blasco Mira  
Asunción Lledó Carreres  
Neus Pellín Buades

© Del texto: los autores (2016)

© De esta edición:

Universidad de Alicante  
Vicerrectorado de Calidad e Innovación educativa  
Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) (2016)

ISBN: 978-84-617-5129-7

Revisión y maquetación: Neus Pellín Buades

## **Experiencia piloto de uso de redes sociales como herramientas de *blended learning* en asignaturas de medios audiovisuales.**

Ortiz Díaz-Guerra, María; Moya Montoya, José A.; Vilaplana Aparicio, María; Mira Pastor, Enric;  
García Escrivá, Vicente.

*Departamento Comunicación y Psicología Social*  
*Universidad de Alicante*

### **RESUMEN**

El objetivo principal de esta investigación es explorar las posibilidades de las redes sociales como herramientas de *blended learning* en las asignaturas “Técnicas de Comunicación Audiovisual”, “Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad” y “Producción y Realización en Medios Audiovisuales” que se imparten en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante. Por las posibilidades que ofrecen a nuestras asignaturas, hemos seleccionado Facebook, YouTube y Flickr. Flickr se ha utilizado como plataforma para entregar las fotografías realizados en la asignatura “Técnicas de Comunicación Audiovisual” durante el curso 2015-1016. Para “Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad” y “Producción y Realización en Medios Audiovisuales” se ha creado una página de Facebook y un canal de YouTube con el nombre de “Medios Audiovisuales UA”. Los enlaces para ambos recursos se encuentran publicados en Moodle, la plataforma utilizada para el trabajo *online* de las asignaturas. La finalidad de la página de Facebook es la de establecer un entorno informal de aprendizaje mientras que la de YouTube es la de ser un repositorio de los mejores trabajos realizados durante el transcurso de las asignaturas, que pueda servir de referencia para futuros estudiantes cuando deban enfrentarse a la realización de sus trabajos.

**Palabras clave:** Blended Learning, redes sociales, estilos de aprendizaje, canales de información, medios audiovisuales.

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 El cambio de paradigma educativo

En el informe de Johnson et al (2013) sobre el impacto de las tecnologías en el ámbito educativo, se destaca un cambio de paradigma con las siguientes tendencias: el estudiante quiere elegir cuándo y cómo estudiar; existencia de una abundancia de recursos en Internet que redefine el papel del profesor; uso habitual de dispositivos como canal habitual de información; entornos informales educativos; y acceso abierto a los materiales.

Este cambio de paradigma resulta evidente en las asignaturas relacionadas con la tecnología. En el grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante se incluye un módulo denominado “Conocimientos y técnicas aplicados a la comunicación publicitaria” donde se integran las asignaturas de contenido audiovisual “Técnicas de comunicación audiovisual” (2º curso), “Teoría de la imagen aplicada a la publicidad” (3º curso), “Narrativa audiovisual aplicada a la publicidad” (3º curso) y “Producción y realización en medios audiovisuales” (3º curso). En estas asignaturas, los estudiantes realizan tanto fotografías como vídeos que muchas veces cuelgan en redes sociales de forma particular. Dado que muchos de estos trabajos presentan una buena calidad y pueden ser un ejemplo para futuros estudiantes, los profesores consideramos que deberíamos tener un canal propio en alguna plataforma donde publicar, oficialmente, los trabajos realizados para nuestras asignaturas. Por otro lado, el uso de redes sociales por parte de los estudiantes para intercambiar apuntes de las asignaturas también nos obliga a valorar la posibilidad de utilizar estas herramientas como canal de información.

### 1.2 Blended Learning/Flipped Classroom

Afirman García Bernardino y De la Calle (2006:3) que “El aprendizaje es experiencia, todo lo demás es información”. El constructivismo considera el aprendizaje como un proceso interno de entendimiento, que se produce cuando el alumno participa activamente en la comprensión y elaboración del conocimiento, en la interrelación social de personas que comparten, comparan y discuten ideas (Mayer, 2000). Un ejemplo es el Aprendizaje Basado en Proyectos donde la intervención pedagógica va encaminada a promover el aprendizaje significativo del alumnado de una manera intencional y reflexiva, superando la mera recepción pasiva de una serie de datos y

contemplando los contenidos como experiencias que se viven. De esta manera, los estudiantes se comprometen en un proceso colaborativo continuo de construcción de conocimiento, en un entorno que refleja el contexto en el cual el saber será creado *in situ* (Hamada y Scott, 2000), fomentando el aprendizaje significativo y el desarrollo de las competencias para la resolución de problemas mediante la investigación autodirigida.

Dentro de este modelo pedagógico constructivista, destacan también el modelo *blended learning* que se solapa en sus propuestas con el *flipped classroom*. El *blended learning*, o aprendizaje híbrido, diseña el aprendizaje de manera que una parte se realiza presencialmente en el campus y otra parte se realiza mediante plataformas online. El modelo *flipped classroom* se refiere a un modelo de aprendizaje que reorganiza el tiempo utilizado tanto dentro como fuera de clase y desplaza la titularidad del aprendizaje del educador al estudiante (Johnson et al 2013). En lugar de que el profesor use el tiempo de la clase para ampliar la información, son los estudiantes los que a su ritmo acceden al contenido mediante vídeos, lecturas, podcast, llevando a cabo una investigación dirigida, etcétera. El valioso tiempo de clase se dedica entonces al aprendizaje activo mediante proyectos, o la aplicación de los contenidos. El objetivo es que los estudiantes, con la guía del profesor, aprendan haciendo. En este contexto, la clase magistral, donde el profesor explica y los alumnos escuchan de forma pasiva, no es el mejor método para poder aprender de forma activa. En resumen, los tres pilares en los que se sustenta el *flipped classrooms* son:

- a) Que los profesores necesitan crear un entorno flexible de estudio de manera que los estudiantes aprendan a su ritmo.
- b) Tiene que darse un cambio hacia una cultura que promueva la construcción del aprendizaje.
- c) Los profesores tienen que seleccionar materiales que permitan a los estudiantes usar el tiempo fuera de clase productivamente, y usar estrategias eficaces para el aprendizaje activo en clase.

### 1.3 Facebook, YouTube y Flickr

Actualmente, es relativamente fácil para los educadores crear recursos educativos de forma que el tiempo de adquisición de conocimientos (viendo una presentación o leyendo un artículo) sea *online*, dejando más tiempo para la interacción personal en clase. Indudablemente, gran parte de este trabajo *online* no solo tiene lugar

en plataformas virtuales educativas como Moodle sino también en redes sociales como Facebook, Pinterest, Twitter, YouTube, Flickr, y muchas otras.

Según recogen Gewerc, Montero y Lama (2014), Facebook es la red social más utilizada en el mundo universitario para mejorar la metodología de enseñanza y crear un entorno de aprendizaje atractivo. Cuando los usuarios entran en Facebook, uno de los sitios que tienen más subscriptores y tráfico diario, lo hacen para ver lo que su familia, amigos y marcas/organizaciones favoritas están haciendo o diciendo. Para las instituciones educativas, afirma Johnson et al (2013), las redes sociales permiten un diálogo menos formal pero más atractivo con los estudiantes. El valor añadido de las redes sociales es que facilita el compartir contenidos y generar foros de discusión (Iglesias y González, 2014).

Por otro lado, desde que comenzó en 2005, YouTube ha transformado el panorama de la creación audiovisual. Moreno (2012) afirma que “se visionan más de 2.000 millones de vídeos diariamente, se realizan más de 100 millones de búsquedas diarias a partir de vídeos y el promedio que cada usuario pasa viendo videos es de quince minutos al día”. A estos datos de crecimiento hay que añadir algunos picos que alcanzan cifras muy elevadas, con más de mil millones de visitas totales<sup>1</sup>. Los dueños de la plataforma buscan, además, nuevos estímulos en el usuario que les haga seguir creciendo. Para conseguirlo han desarrollado herramientas como la llamada “campañas”, creada, según se informa en la web de la plataforma, “para ayudar a las organizaciones no lucrativas a convertir sus vídeos en una mayor toma de conciencia, peticiones firmadas, leyes que cambiaron, dinero recaudado, y vidas salvadas”.

Un posible competidor de YouTube es Vimeo, que fue creado también en 2004 por “personas que deseaban compartir sus creaciones y momentos personales de sus vidas”<sup>2</sup>. La diferencia entre ambas plataformas ha sido, durante años, la mejor calidad de Vimeo frente a YouTube. En este sentido, Jódar y Polo (2010: 3) afirman que hoy día la cultura digital tiene como elemento clave la aparición de formatos de vídeo con ciertos niveles de calidad en tamaños de archivo lo suficientemente reducidos. Es el caso del H.264, MPEG-4 ó AVC, que han originado la proliferación y consolidación del vídeo por Internet. Desde sus inicios y gracias a la mejor calidad de visionado, Vimeo

---

<sup>1</sup> En 18 meses el vídeo PSY-Gangman Style ha recibido, subido a YouTube, ha recibido 1.880.031.108 visitas

[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_detailpage&v=9bZkp7q19f0](http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=9bZkp7q19f0)

<sup>2</sup> Así figura en el manifiesto fundacional de su página en

<http://vimeo.com/help/guidelines>

se constituyó como una plataforma para un uso más restringido al ámbito profesional, frente a YouTube que estaba enfocado al público en general. Esa diferenciación se diluye en la actualidad, YouTube ya aloja numerosos canales profesionales, ha incorporado la Alta Definición en su portal, los vídeos 4K y, recientemente, la posibilidad de publicar y compartir vídeos de 360°.

Flickr es una plataforma realmente útil para la docencia en el ámbito de la fotografía publicitaria. Tanto el entorno como las opciones en la versión gratuita ofrecen posibilidades marcadamente profesionales que pueden servir al alumnado de Publicidad y RR Públicas para iniciarse en los sistemas de organización y archivo de sus trabajos. Además, al tratarse de un plataforma profesional, les permitirá mantener su perfil y su obra gráfica en el futuro como valor añadido a su curriculum vitae una vez egresados.

Las ventajas se resumen en los siguientes puntos:

- a) La versión gratuita ofrece 1TB de almacenamiento que cubre holgadamente las necesidades de varios cursos o de varias asignaturas.
- b) El sistema de archivo permite diferentes modos de organización y acceso, cronológico, temático o por colecciones.
- c) El alumno guarda todo su archivo pero hace pública solo la selección que él decida. El profesor revisa el trabajo realizado pero el alumno tiene oculto todos sus materiales.
- d) El registro de las fotografías conserva los metadatos y el profesor puede consultarlos en la misma plataforma para comprobar aspectos técnicos, fecha de realización, cámara y objetivo utilizado, sensibilidad ISO, diafragma y obturador, etc.
- e) El alumno puede optar, al hacer públicas sus fotografías, por mantener todos sus derechos o liberarlos total o parcialmente mediante licencia CC.
- f) Para el alumno supone un escaparate público y mundial de su trabajo, al tiempo que le permite también seguir la obra de otros autores que publican en Flickr haciéndose seguidor de ellos o buscando obras de referencia por temas, por autor, por color dominante de la imagen, por fechas, etc.

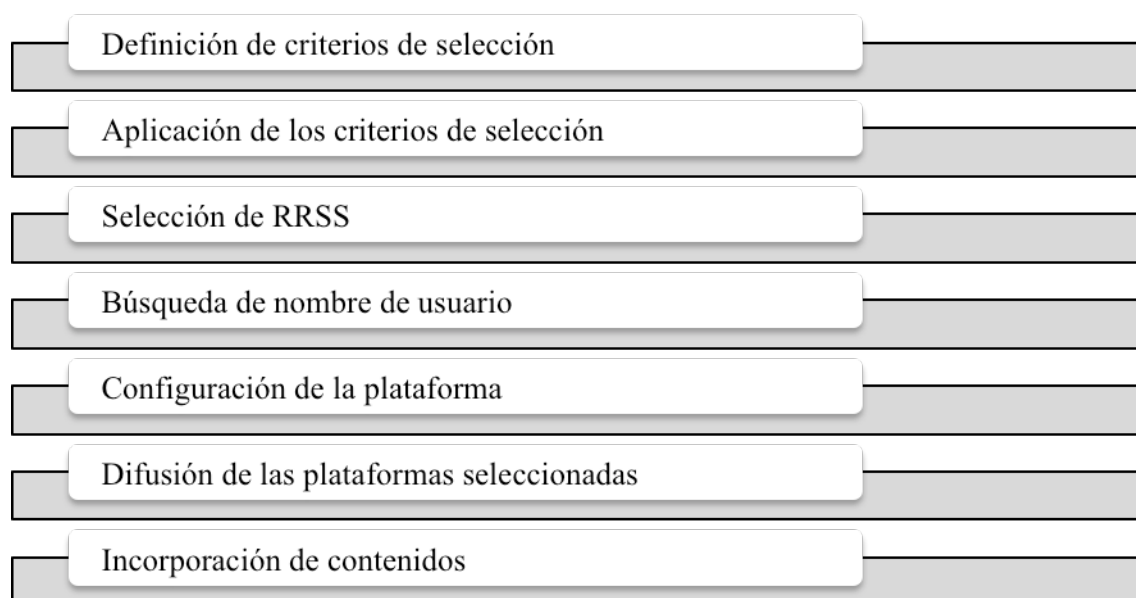
Al finalizar la asignatura, el alumno debe tener publicados una serie de trabajos que responden al temario de la misma. Para la entrega y evaluación por parte del profesor, el alumno simplemente envía la URL que enlaza a su espacio en la plataforma,

simplificando el proceso y evitando envíos de documentos pesados, confusiones de formatos o problemas de espacio en sus ordenadores personales.

## 2. METODOLOGÍA

Gran parte del diseño de nuestras asignaturas se basa en el paradigma constructivista, tanto con Aprendizaje Basado en Proyectos como con *Blended Learning/Flipped Classroom*, decidimos añadir el nuevo componente de las redes sociales como entorno flexible e informal de aprendizaje.

Para llevar a cabo la investigación, el primer paso que se ha realizado ha sido definir unos criterios que permitan de forma objetiva seleccionar las herramientas más eficaces para optimizar el trabajo con los alumnos. Posteriormente, se ha analizado el cumplimiento de los criterios de selección para cada plataforma y se ha llevado a cabo la selección de las redes sociales a implementar. El paso siguiente ha consistido en seleccionar un nombre para la plataforma que sea apropiado a las características de las asignaturas implicadas en este proceso y se ha configurado la plataforma. Los pasos finales han consistido en la difusión de las herramientas de trabajo entre los alumnos y en la incorporación de contenidos, tanto por parte del profesorado como por parte de los alumnos.



**Ilustración 1. Proceso de selección de las redes sociales para la asignatura**



Además, se ha elaborado un protocolo de codificación con un sistema mixto de preguntas abiertas y dicotómicas donde se han determinado las variables a analizar con el objeto de dar respuesta a las necesidades del proyecto (Tabla 1). En concreto, se han tenido en cuenta aspectos como el número de usuarios de la plataforma, el nivel de conocimiento a nivel mundial, la progresión de la plataforma durante el último año, el carácter especializado de la red, el grado de interacción que ofrece, la facilidad de uso, si la descarga es gratuita, si se protegen los datos confidenciales del usuario, si permite crear grupos cerrados y finalmente el grado de conocimiento entre los docentes implicados.

Número de usuarios	
Es conocida a nivel mundial	Sí /No
¿Aumenta el número de usuarios respecto al año anterior?	Sí /No
¿Es una red específica para compartir imágenes?	Sí /No
¿Es una red específica para compartir vídeos?	Sí /No
¿Permite interactuar con los alumnos?	Sí /No
¿Es intuitiva y de fácil uso?	Sí /No
¿La descarga es gratuita?	Sí /No
¿Se protegen los datos confidenciales del usuario?	Sí /No
¿Permite crear grupos cerrados?	Sí /No
¿Es conocida por el profesorado?	Sí /No

**Tabla 1. Variables analizadas para la selección de las plataformas de trabajo.**

Después de estudiar las distintas posibilidades, optamos por el uso de Flickr, Facebook y YouTube ya que tienen una gran implantación entre los estudiantes y se ajustan a las necesidades de las asignaturas. En principio se pensó crear una página de Facebook y de Youtube para cada asignatura, pero como son cuatrimestrales consideramos que estarían inactivas durante un gran periodo de tiempo. Para que las redes sociales utilizadas tuvieran actividad durante casi todo el año teníamos que optar por una única página común para las asignaturas. Por otro lado, se trata de asignaturas de una misma materia por lo que están estrechamente relacionadas entre sí. Por lo tanto, se optó por el nombre “Medios Audiovisuales UA” como nombre de las redes sociales vinculadas a las asignaturas y se decidió que tuvieran una misma identidad visual. Como logo común, hemos empleado el del grupo de investigación al que pertenecen los

profesores de la asignatura denominado Medios de Expresión Audiovisual (MEDEA). Todos los enlaces a estas redes sociales están en el Moodle de la asignatura ya que es en este espacio virtual donde se desarrolla el aprendizaje *online*. Tres de los profesores se encargan de actualizar y dinamizar las páginas.

### **3. RESULTADOS**

#### **3.1. Facebook**

Para las asignaturas, se ha creado la fan page “Medios Audiovisuales UA” (ver Ilustración 1). Partiendo de la experiencia descrita en Iglesias y González (2014), es un grupo privado, al que únicamente tienen acceso los alumnos y los profesores. De este modo, se preserva la intimidad de todos. Como sugieren las autoras, se informa a los alumnos y alumnas de su existencia desde el primer día y en el enlace se encuentra en la plataforma Moodle de la asignatura. Se les insta a que se den de alta para poder seguir los contenidos que se publican. Para formar parte del grupo no es necesario darse de alta como “amigo” lo que preserva la intimidad de todos. Únicamente se comparten y son vistos los contenidos del grupo, evitando problemas de privacidad.

El objetivo de esta página es el de abordar de manera informal cuestiones relacionadas con el aprendizaje. Por ejemplo, se recogen enlaces interesantes para las asignaturas, se cuelgan fotos sobre el desarrollo de las prácticas, se comentan aspectos que resulten clarificadores, se recuerdan fechas importantes, etcétera. Además, se pueden compartir los enlaces a las prácticas colgadas en YouTube. De esta manera, todos pueden ver qué trabajos han hecho los demás y obtener una retroalimentación tanto por parte de los profesores como por parte de los compañeros, compartiendo de este modo el proceso de aprendizaje. Es decir, se crea un entorno donde los estudiantes se comprometen en un proceso colaborativo continuo de construcción de conocimiento, se fomenta el aprendizaje significativo, el alumno participa activamente en la comprensión y elaboración del conocimiento, se comparten, comparan y discuten ideas. En resumen, se construye significativamente el conocimiento.



**Ilustración 2. Página de Facebook de las asignaturas**

### 3.2. YouTube

Se creó el canal de YouTube con el mismo nombre, imagen del banner y logotipo que los utilizados en Facebook para mantener una misma identidad. El objetivo que nos planteamos con este canal es que sea un repositorio de los mejores trabajos realizados para las asignaturas durante los últimos años. De esta manera, pueden servir como ejemplo para futuros trabajos. Se han creado distintas listas de reproducción para organizar los vídeos y para que se puedan encontrar fácilmente. Otra finalidad del canal es la de poder recoger distintos tutoriales que consideramos necesarios para las asignaturas, así como conferencias que puedan complementar los conocimientos del área de conocimiento.



**Ilustración 3. Canal de YouTube de las asignaturas**

Se han creado seis listas de reproducción para clasificar los vídeos: “Prácticas Narrativa”, “Spots”, “Vídeos musicales”, “Programas TV”, “Tutoriales”, “Charlas y Conferencias”. La idea es crear listas de distribución por temas para que sea sencillo encontrar los vídeos. En la lista “Prácticas Narrativa” se han colgado vídeos realizados en cursos anteriores que sean buenos ejemplos de cómo llevar a cabo los vídeos exigidos en la asignatura “Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad” (el récord de

dirección, el récord de movimiento, el diálogo, etcétera). En las listas “Spots”, “Vídeos musicales” y “Programas TV” se incluyen respectivamente los mejores anuncios, videoclips y magazines realizados para las asignaturas durante los últimos cursos. Hasta la fecha, tenemos colgados 41 vídeos y la intención es enriquecer el canal cada curso. Por ejemplo, tenemos la intención de crear vídeo tutoriales así como las charlas y conferencias organizadas por el grupo de investigación MEDEA o en el ámbito de la docencia de estas asignaturas.

Por otra parte, y siguiendo un uso ya bastante extendido en el ámbito académico, YouTube, al igual que la plataforma Vimeo, ha sido frecuentemente utilizado durante nuestras clases como un recurso muy ágil para presentar contenidos audiovisuales, ya sea para ilustrar los temas tratados o para trabajar analíticamente con dichos contenidos a modo de estudio de casos. Dado el inmenso archivo audiovisual en que se ha convertido YouTube, es muy sencillo y rápido acceder on-line a todo tipo de contenidos de vídeo que pueden resultar muy valiosos para el desarrollo de las clases: spots publicitarios, vídeos musicales, tutoriales, documentales, e incluso fragmentos seleccionados de obras audiovisuales. Estos mismos contenidos vistos en las clases u otros complementarios suelen ser incluidos mediante el correspondiente enlace en las presentaciones de PowerPoint, documentos de Word o Pdf puestos a disposición del alumnado como material de estudio o consulta. En el próximo curso queremos estudiar la posibilidad de crear una lista de distribución con estos ejemplo que solemos usar en nuestras clases.

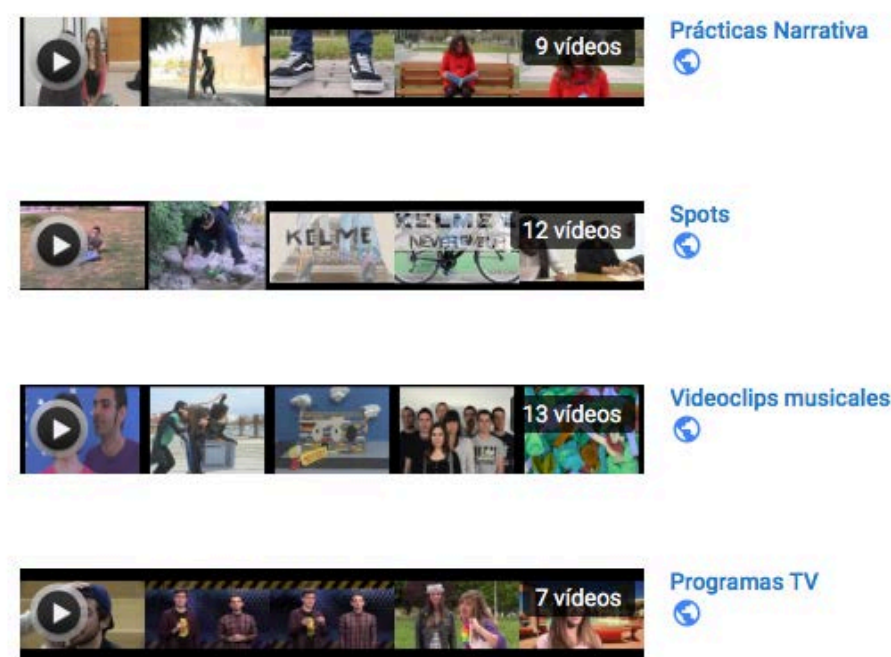
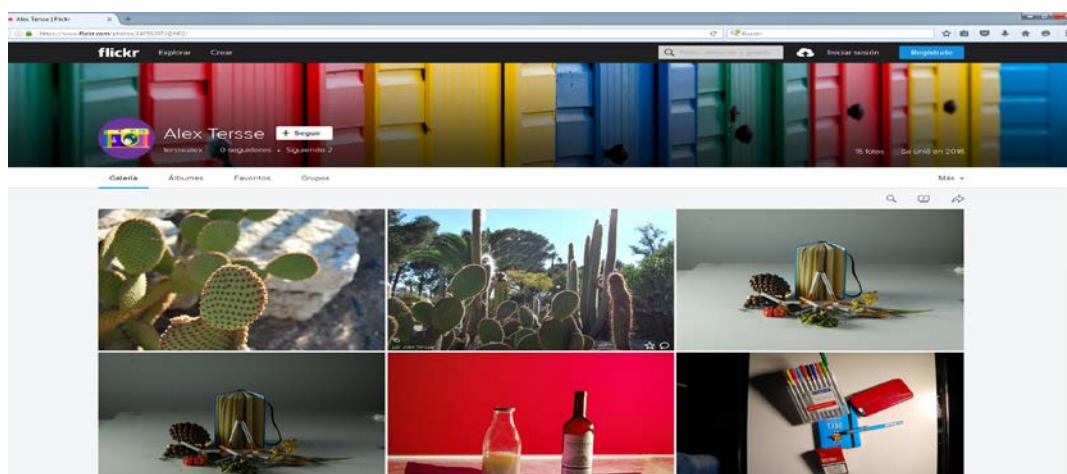


Ilustración 4. Listas de reproducción4

### 3.3. Flickr

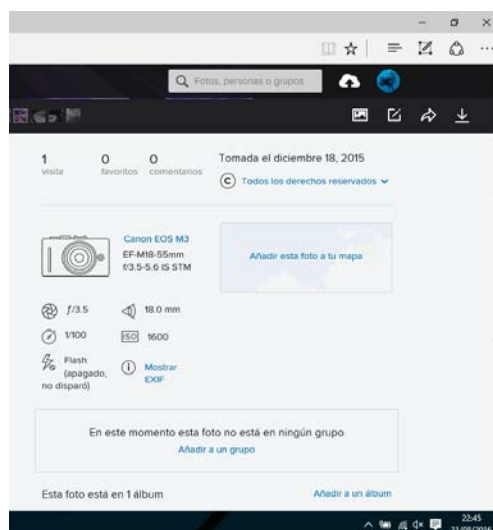
Durante el curso 2015-2016 se ha usado esta plataforma para que cada alumno archive sus trabajos fotográficos y publique los ejercicios que deben ser evaluados por los profesores. La mayoría de los alumnos ha incorporado el proceso a la gestión de sus obras fotográficas realizadas durante el curso y ha incorporado esta plataforma como sistema de archivo personal, abriendo perfiles particulares. La experiencia nos ha servido para demostrar a los propios alumnos las ventajas de trabajar en la nube, asegurando su archivo y pudiéndolo compartir entre compañeros.



**Ilustración 5. Ejemplo de entrega de trabajo en Flickr**

Hemos suprimido las tradicionales entregas de trabajos impresos en papel y hemos solucionado los problemas de entregas digitales de gran tamaño de archivos con sus múltiples derivaciones, Drive, Dropbox, Wetransfer, etc. Una de las ventajas añadidas de usar Flickr es que muestra los datos técnicos asociados a las fotografías como el modelo de cámara, tamaño del diafragma, velocidad de obturación y fecha. Estos datos sirven para que los profesores comprueben si las prácticas se han realizado siguiendo las instrucciones que se han especificado y en el horario de las clases.

Excepcionalmente, algunos alumnos que no han incorporado el método desde el inicio del curso, se han encontrado con problemas de pérdida de trabajos por borrado de archivos en sus dispositivos de almacenamiento portátil como tarjetas o lápices de memoria. Esta realidad ha servido para reforzar la propuesta de uso de la plataforma para archivar, compartir y presentar trabajos fotográficos.



**Ilustración 6: Ejemplo de los datos en Flickr**

Ha sido en la asignatura “Técnicas de comunicación audiovisual” (2º curso) donde hemos utilizado ampliamente la plataforma Flickr, dado que una parte muy destacada de las prácticas de esta materia se centra en la realización de trabajos fotográficos. Dichos trabajos abarcan distintos aspectos de la fotografía profesional, y están diseñados para aprender y poner en práctica de una manera gradual los recursos técnicos y expresivos más importantes del campo de la fotografía. Para realizar estos trabajos, durante las sesiones prácticas programadas el alumnado dispone de cámaras réflex digitales (DSLR) con las que efectúa las tomas fotográficas, ya sea en plató o en exteriores. Una vez completadas las tomas correspondientes a cada sesión, el alumnado revisa, selecciona y ordena los archivos fotográficos almacenados en la tarjeta de memoria utilizada durante la toma. Es entonces cuando se recurre a Flickr, ya que los trabajos fotográficos son incorporados a un perfil de esta plataforma creado expresamente por cada uno de los equipos de prácticas. Así, cada equipo genera lo que podríamos considerar una especie de cuaderno de prácticas digital en la nube.

La herramienta Flickr resulta idónea para este tipo de trabajos, puesto que su diseño y prestaciones implican una ordenación y una buena presentación de las fotografías que se van añadiendo al perfil. Además, permite subir todos los archivos contenidos en una o varias tarjetas de memoria y posteriormente hacer públicas solo aquellas fotografías seleccionadas, sin tener que eliminar ninguna. Las fotos publicadas pueden verse en una “Galería” en la que aparecen todas juntas, o bien visualizarse a través de “álbumes” creados, por ejemplo, con el fin de organizar el contenido de los distintos ejercicios prácticos realizados. Asimismo, esta herramienta incorpora de

manera automática los metadatos técnicos correspondientes a cada una de las fotos: fecha de toma, cámara utilizada, distancia focal, abertura, obturador, ISO y uso de flash (además de datos Exif referidos a otros muchos parámetros de la imagen digital). Esta información resulta muy útil tanto para el profesorado a la hora de revisar y evaluar los trabajos publicados como para el propio alumnado, que puede consultar estos datos para resolver cualquier duda relativa a las características y propósito de cada foto en particular. Estos datos también pueden ser interesantes para otros usuarios que visualicen los trabajos publicados por un equipo de prácticas (otros alumnos, por ejemplo). Finalmente, en Flickr el contenido subido a un perfil es editable en todo momento, lo cual permite subsanar errores e incorporar mejoras durante el transcurso de la asignatura.

#### **4. CONCLUSIONES**

Con el objetivo de adaptar nuestras asignaturas al cambio de paradigma educativo que definen Johnson et al (2013), durante el presente curso 2015/16 hemos puesto en marcha una página de Facebook y un canal de YouTube para las asignaturas en medios audiovisuales que se imparten en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Hemos utilizado Facebook en nuestras asignaturas como canal informal de comunicación mientras que el canal de YouTube tiene como función la de ser un repositorio de vídeos tanto generados en y por las asignaturas como de interés para las mismas. Además, se ha utilizado Flickr para la entrega de trabajos con la cámara de fotos. En resumen, la finalidad del uso de estas redes sociales ha sido la de crear entornos informales educativos que sean familiares y atractivos para los estudiantes, facilitar al estudiante cuándo y cómo estudiar, y el acceso abierto a los materiales.

Los resultados del uso de estas redes han sido muy positivos y la mayoría de los estudiantes se han mostrado satisfechos. En próximos cursos tenemos la intención de continuar con la investigación contabilizando las aportaciones del alumnado y las interacciones realizadas en estas redes sociales, evaluando su uso, analizando los posibles problemas que se generan, y contratando si mejora el rendimiento de los estudiantes.

## **5. DIFICULTADES ENCONTRADAS**

La mayor dificultad encontrada ha sido encontrar la forma de usar las redes sociales en nuestra docencia. Es importante recalcar que durante la investigación nos han surgido muchas dudas sobre su utilidad educativa. Sin embargo, tras la revisión de otras experiencias y largas discusiones, finalmente superamos las dudas iniciales y decidimos comenzar a usar algunas de las herramientas que nos ofrecen las plataformas seleccionadas.

## **6. PROPUESTAS DE MEJORA**

Una vez puestas en marcha las redes sociales, el objetivo es tener el mayor alcance posible entre nuestro alumnado. Para ello, es necesario mantenerlas activas durante todo el curso. Por ejemplo, nos hemos propuesto publicar en Facebook, al menos, una vez a la semana. Además, seguiremos utilizando YouTube para colgar los mejores trabajos realizados.

## **7. PREVISIÓN DE CONTINUIDAD**

Tenemos la intención de continuar con este proyecto de investigación analizando los datos que nos aportan las propias redes sociales sobre su uso (aportaciones y comentarios realizados, contabilización de “me gusta”, suscriptores, visualizaciones, fuentes de tráfico, etc.). Además, haremos una encuesta anónima entre los estudiantes para saber si perciben que el uso de estas redes sociales en las asignaturas es el adecuado y para comprobar si conseguimos una mayor implicación emocional.

## **5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Espuny, C., González, J., Lleixà, M.; Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 8, (1), 171-185.

García Bernardino, R. y De la Calle, C. (2006): *Trabajando por proyectos en las aulas de infantil*, <http://www.ceilosgorriones.es/material/proyectos.pdf>

Garrison, D.R. (2005). *El E-learning en el siglo XXI: investigación y práctica*. Barcelona: Octaedro.



- Gewerc, A., Montero, L., Lama, M. (2014). Colaboración y redes sociales en la enseñanza universitaria, *Comunicar*, 42, XXI, 55-63.
- Hamada, T. y Scott, K. (2000): *A collaborative learning model*, en *The Journal of Electronic Publishing*, 6 (1), <http://www.press.umich.edu/jep/06-01/hamada.html>
- Iglesias, M. Y González, C. (2014). Facebook como herramienta educativa. *Historia y Comunicación Social*, 382 (19), 379-391,
- Jódar, J. A. y Polo, D. (2009), Distribución de contenidos audiovisuales en Internet. La expansión de la alta definición y la migración de FLV a MPEG4. *Razón y Palabra*, RRPP 70.
- Johnson, L., Adams Becker, S., Cummins, M., Estrada, V., Freeman, A., Ludgate, H. (2013). *Technology Outlook for Community, Technical, and Junior Colleges 2013-2018: An NMC Horizon Project Sector Analysis*. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Mayer, R. E. (2000): *Diseño educativo para un aprendizaje constructivista*, en C. Reigeluth (Ed.), *Diseño de la instrucción. Teorías y modelos* (pp. 154-171), Madrid, Aula XXI Santillana.
- Moreno, M. (2012), “YouTube en cifras” *Trecebits*. Disponible en red en <http://www.trecebits.com/2012/03/07/youtube-en-cifras-infografia/> (Consultado: 12/1/2014)